Mediahuis volledig eigenaar Wayne Parker Kent

08-11-2018 12:13

Beide partijen zullen de handen ineen slaan richting de Nederlandse advertentiemarkt en zullen het grote bereik van TMG verbinden met het creatieve en innovatieve talent van WPK.
Gert Ysebaert, CEO Mediahuis:"Reeds in mei 2017 gingen wij samen met WPK een strategisch partnership aan waarbij Mediahuis intekende op een kapitaalsverhoging en zo de ambitieuze groei van WPK ondersteunde. Inmiddels werken we op veel vlakken, zowel in Nederland als in België, nauw samen en is de toegevoegde waarde voor ons beiden groot. Het verwerven van 100% van de aandelen van WPK is voor ons dan ook een logische volgende stap die tegelijkertijd de impact van Mediahuis in de Nederlandse markt vergroot."

Concreet zullen TMG en WPK vanaf begin 2019 de krachten bundelen en samen innovatieve en creatieve totaaloplossingen ontwikkelen voor de Nederlandse advertentiemarkt. Slaven Mandic, CEO WPK Nederland, wordt eveneens Directeur Advertising TMG. Hij zal leiding geven aan de nieuwe organisatie die vanaf begin 2019 verder vorm zal krijgen.

Marc Vangeel, CEO TMG: "In een snel veranderend medialandschap zijn innovatie en samenwerking cruciaal. Het partnership waarbij wij samen met WPK een toekomstbestendige organisatie creëren die als een one-stop-shop fungeert richting de Nederlandse adverteerder, is een belangrijke stap voor TMG. De afgelopen periode heeft TMG onder de leiding van Harm van Veldhuizen hard ingezet op het centraal stellen van onze B2B-klant en het herstellen van het vertrouwen vanuit de markt. Dit heeft geleid tot een sterke verbetering van de resultaten. We zetten nu een volgende stap om een nóg creatievere en meer innovatieve aanpak mogelijk te maken en zo onze relevantie in de advertentiemarkt te vergroten. Het is tijd voor verdere groei."
Bovendien zal WPK fungeren als dedicated content marketing cel en creatieve contentoplossingen ontwikkelen in samenwerking met alle Mediahuis-titels in de Nederlandse markt.

Slaven Mandic, CEO WPK Nederland: "De behoeften van adverteerders verschuiven steeds meer van pure advertentieruimte naar totaaloplossingen waarbij strategie, creatie, data en bereik worden gecombineerd. Alles moet in het teken staan van de bedrijfsdoelen van de adverteerder. Onze missie is dan ook simpel: elke klant succesvol. Daarom droomden we bij WPK altijd van het bereik en de impact van de sterke merken van TMG, waaronder De Telegraaf. Onze creatieven, strategen en business analisten staan te popelen om de werkwijze van WPK hierop los te laten. Met de adverteerder als uiteindelijke winnaar, want die kan vanaf nu profiteren van het beste van beide werelden."

21 november inct.spiratie 2018

Twee verdienmodellen voor uitgevers in de digitale economie





www.inctspiratie.nl